

Abstract

Nescafe is a product created by PT. Nestle, the drink flavored coffee. Owned by the existence of these products, many soft drink industry companies that create similar products that may affect the level of product sales of Nescafe. Plus the decline in sales of Nescafe products in March-April 2013. Surely this can affect the level of consumer loyalty to Nescafe products. Thus the purpose of this study is to know the relationship and influence of Nescafe product quality to customer loyalty, which is seen from the sales of Nescafe at 7 - Eleven Middle Reef during the period March to April 2013. The method used in this research is quantitative-survey method by distributing questionnaires to consumers Nescafe for two months. And the results that have been obtained are tested every statement is valid and reabel, because $r_{count} > r_{table}$. Nescafe product quality has a strong relationship at the level of 0,722 and has the effect of 52.2% on customer loyalty. If the quality of Nescafe added one unit, it will be able to increase the value of customer loyalty by using simple regression equation based on the results of the test, ie $Y = 3.137 + 0.752 X$. The conclusions of this study Nescafe Product Quality already has a good quality product, so as to create customer loyalty.(MJ)

Keywords: *Quality Products, Customer Loyalty, Consumer*

Abstrak

Nescafe merupakan produk yang diciptakan oleh PT. Nestle, yaitu minuman yang bercita rasa kopi. Dengan eksistensi yang dimiliki produk tersebut, banyak perusahaan industri minuman ringan yang menciptakan produk sejenis yang dapat mempengaruhi tingkat penjualan produk Nescafe. Ditambah lagi adanya penurunan angka penjualan produk Nescafe pada bulan Maret – April 2013. Tentunya hal ini dapat mempengaruhi tingkat loyalitas konsumen terhadap produk Nescafe. Maka dari itu tujuan penelitian ini adalah ingin mengetahui hubungan dan pengaruh dari kualitas produk Nescafe terhadap loyalitas pelanggan, yang dilihat dari penjualan Nescafe di 7 – Eleven Karang Tengah selama periode Maret hingga April 2013. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif-survei dengan menyebarkan angket kepada para konsumen Nescafe selama dua bulan. Dan hasil yang telah diperoleh setiap pernyataan yang diujikan bersifat valid dan reabel, karena r hitung > dari r tabel. Kualitas produk Nescafe memiliki tingkat hubungan yang kuat sebesar 0,722 dan memiliki pengaruh sebesar 52.2% terhadap loyalitas pelanggan. Apabila kualitas Nescafe ditambahkan satu unit, maka akan dapat meningkatkan nilai loyalitas pelanggan dengan menggunakan persamaan regresi sederhana berdasarkan hasil pengujian, yaitu $Y = 3,137 + 0,752X$. Simpulan dari penelitian ini Kualitas Produk Nescafe sudah memiliki kualitas produk yang baik, sehingga mampu menciptakan loyalitas pelanggan.(MJ)

Kata Kunci : *Kualitas Produk, Loyalitas Pelanggan, Konsumen*